

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI TEH GOPEK POJOK FISIP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Administrasi Bisnis Pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur**



OLEH :

M.S ANHAR ANSORI

1042010066

**YAYASAN KESEJRAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
2014**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI TEH GOPEK POJOK FISIP
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL JAWA
TIMUR)
SURABAYA**

Oleh :

M.S ANHAR ANSORI

1042010066

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing utama**

**Dr. Eddy Poernomo,SE.MM
NIP. 195408231984031001**

**Mengetahui,
DEKAN**

**Dra. Hj. Suparwati, M. Si.
NIP. 1955907181983022001**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI TEH GOPEK POJOK**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya)**

**Oleh :
M.S ANHAR ANSORI
NPM. 1042010066**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Pada Tanggal 23 Mei 2014

Pembimbing Utama

Tim Penguji:

1. Ketua

**Dr. Eddy Poernomo, S.E, M.M
NIP 195408251984031001**

**Dr. Eddy Poernomo, S.E, M.M
NIP 195408251984031001
2. Sekretaris**

**R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si
NPT. 372069500461**

3. Anggota

**Dr. Jojok D., S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421**

Mengetahui

DEKAN

**Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah TSA karena dengan segala nikmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Teh Gopek Pojok FISIP (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur” dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak DR. Eddy Poernomo, SE. MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak itu moril maupun matriil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, Msi selaku Ketua Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Sekretaris Progam Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua dan saudara penulis serta keluarga di Lampung dan keluarga di Surabaya yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil
6. Dan Pihak-pihak terkait yang tidak bisa di sampaikan satu per satu.

Kami sungguh sangat menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini terdapat keterbatasan dan kekurangan yang tidak di sengaja dalam penulisannya, maka penulis menerima saran dan kritik sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas penelitian ini dan di harapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis.

Surabaya, Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
Bab I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pemasaran.....	8
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.1.2 Konsep Strategi Pemasaran	9
2.2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.2.2 Produk	12
2.2.2.1 Pengertian Produk	12
2.2.2.2 Penggolongan Produk	15
2.2.2.3 Proses Perencanaan Strategi Produk	16
2.2.2.4 Kualitas Produk	17
2.2.3 Harga	21

2.2.3.1	Pengertian Harga	21
2.2.3.2	Penetapan Harga	22
2.2.3.3	Pendekatan Umum Dalam Penetapan Harga.....	25
2.2.3.4	Tujuan Penetapan Harga	26
2.2.3.5	Cara/Teknik/Metode Penetapan Harga	26
2.2.4	Keputusan Membeli	27
2.2.4.1	Pengertian Keputusan konsumen	27
2.2.4.2	Peranan Konsumen Dalam Keputusan Konsumen Pembelian	28
2.2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli	30
2.2.4.4	Jenis-jenis Tingkah laku Keputusan Pembelian	31
2.3	Kerangka Berfikir.....	33
2.4	Hipotesis.....	33
Bab III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.1.1	Devenisi Operasional.....	35
3.1.2	Pengukuran Variabel	36
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sempel.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.3	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1	Jenis Data.....	39
3.3.2	Sumber Data.....	39

	3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Uji Validitas, Uji Rehabilitas, dan Uji Asumsi Klasik.....	40
	3.4.1 Uji Validitas.....	40
	3.4.2 Uji Rehabilitas.....	40
	3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5	Metode Analisis dan Uji Hipotesis.....	41
	3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
	3.5.2 Uji Hipotesis.....	42
Bab IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Perusahaan	46
	4.1.1 Sejarah Singkat PT Gopek Cipta Utama	46
4.2	Penyajian Data	47
	4.2.1 Data Umum	47
	4.2.2 Diskripsi Hasil Tanggapan Responden	49
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	52
	4.3.1 Uji Validitas	52
	4.3.2 Uji Reliabilitas	54
	4.3.3 Uji Asumsi Klasik	55
	4.3.4 Regresi Linier Berganda	58
	4.3.5 Pengujian Hipotesis	59
	4.3.5.1 Analisis Secara Simultan (Uji F)	59
	4.3.5.2 Analisis Secara Parsial (Uji t)	61
4.4	Pembahasan	64
	4.4.1 Pembahasan Secara Simultan (Uji F)	64
	4.4.2 Pembahasan Secara Parsial (Uji T)	65

Bab V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2 Deskripsi Progam Studi Responden	48
Tabel 4.3 Deskripsi Angkatan Responden	49
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)	49
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2)	51
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	52
Tabel 4.7 Uji Validitas variabel Kualitas Produk (X1)	53
Tabel 4.8 Uji Validitas variabel Harga (X2)	54
Tabel 4.9 Uji Validitas variabel Keputusan Konsumen (Y)	54
Tabel 4.10 Uji Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Dan Keputusan Konsumen (Y)	55
Tabel 4.11 Uji Multikolinier	55
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.13 Hasil Uji F	60
Tabel 4.14 Hasil Uji t	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan untuk Uji F	44
Gambar 3.2 Daerah penerimaan dan penolakan untuk Uji t	45
Gambar 4.1 Uji Heteroskedasitas	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas	58
Gambar 4.3 Uji F	61
Gambar 4.4 Kurva Distribui t Variabel X1	63
Gambar 4.5 Kurva Distribusi t Variabel X2	65

**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan konsumen
Membeli Teh Gopek Pojok Fisip
(Studi kasus mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)**

Oleh :
M.S Anhar Ansori
NPM. 1042010066

ABSTRAKSI

Teh merupakan salah satu minuman yang sangat digemari oleh seluruh kalangan mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua. Beberapa perusahaan teh berkompetisi untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Melihat perkembangan teh di Indonesia yang semakin meningkat produsen mulai mencari inovasi terbaru dengan menciptakan teh beraneka rasa. Teh Gopek merupakan salah satu perusahaan Teh wangi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen membeli Teh gopek pojok FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penilaian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan membeli teh diukur dengan skala likert dengan menggunakan kuesioner yang disebar pada 97 responden yang berada pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Variabel yang digunakan untuk mengukur produk teh adalah variabel kualitas produk dan variabel harga.

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui keputusan konsumen membeli teh adalah menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas produk dan variabel harga terhadap keputusan konsumen membeli teh gopek.

Kata Kunci : Uji ReGresi Linier Berganda, Kualitas Produk, Harga

**Effect of Product Quality and Price Of Consumer Buying Decision Gopek
Tea Corner Fisip
(Case study student at the Faculty of Social and Political Sciences
University of National Development "Veteran" East Java)**

**By:
M.S Anhar Ansori
NPM. 1042010066**

ABSTRACT

Tea is one drink that is very popular with all parties ranging from teenagers, adults to the elderly. Some tea companies compete to gain the trust of the public.

Seeing the development of tea in Indonesian increasing producers began looking for the latest innovations to create a variety of tea flavors. Gopek tea is one of the fragrant tea. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on consumer purchase decisions Tea Gopek corner FISIP University National Development "Veteran" East Java.

This study used quantitative research methods. Impact assessment of product quality and price on purchase decisions tea measured using a Likert scale questionnaire was distributed to 97 respondents who are in the Faculty of Social and Political Sciences UPN "Veteran" East Java. The variables used to measure the quality of tea products is variable and variable price product.

Data analysis methods used to determine the consumer's decision to buy tea is using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that there is a significant influence on product quality variables and the variable price to the consumer's decision to buy tea Gopek.

Keywords: multiple linear regression, Product Quality, Price

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dalam dunia perekonomian dan taraf hidup masyarakat bertambah maju, maka kebutuhan masyarakat menjadi lebih banyak serta menginginkan produk-produk yang berkualitas tinggi. Hal ini memaksa perusahaan untuk mengadakan perbaikan dan perkembangan terhadap hasil produk, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga suatu keputusan dapat tercapai sesuai harapannya.

Pelaksanaan pemasaran sangat penting bagi perusahaan terutama dalam era globalisasi ekonomi sekarang ini, di mana sangat berpengaruh dalam kegiatan marketing. Melalui pemasaran, hasil produksi dapat diperkenalkan dan dibeli oleh konsumen. Apabila hasil produksinya baik, dapat menimbulkan kepuasan di hati konsumen maka mereka jadi langganannya.

Penawaran yang semakin banyak, makin mempertajam persaingan antar perusahaan dan pelanggan semakin hari semakin peka dan kritis terhadap sesuatu. Oleh sebab itu pemasar harus menitikberatkan perhatiannya pada apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan pelanggan. Sebagai tindak lanjut dari kebijaksanaan tersebut dimana saat ini kondisi pasar sudah merupakan pasar pembeli dimana konsumen bebas memilih barang yang tersedia dipasaran, maka produsen tidak dapat lagi menunggu pelanggan akan tetapi harus berusaha

menciptakan permintaan yang lebih besar untuk mencapai tujuan yang telah ditargetkan.

Pada dasarnya produk-produk yang ditawarkan atau dijual oleh produsen dan dibeli konsumen adalah untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Oleh karena itu, para konsumen akan memilih barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Konsumen sebagai sasaran pemasaran produk perusahaan, sehingga senantiasa menentukan sendiri apa yang ingin dibeli dan dikonsumsi.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen dapat dirumuskan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan produk dan jasa sedemikian rupa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Pada dasarnya para konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka berawal dari bagaimana persepsi konsumen atas kualitas produk dan harga produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, produsen harus memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumen, untuk bisa menilai kebutuhan konsumen dan menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut, sehingga dapat memperoleh kebutuhan kompetitif yang lebih baik.

Kualitas produk merupakan kemampuan yang bisa dinilai dari suatu merk dengan berbagai manfaat dan keunggulan suatu produk. Kualitas produk disini dapat dijadikan pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, yaitu dalam memperhatikan mutu, penampilan, keekonomisan, keamanan dan mudah untuk mendapatkannya. Sedangkan harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga disini dapat membantu para konsumen memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan.

Persepsi konsumen atas kualitas produk dan harga dimana konsumen mempersepsiakan produk yang akan dibelinya, produk tersebut harus memiliki suatu kualitas yang baik dan bermanfaat serta mutu yang baik, sehingga produk yang dihasilkan oleh produsen dapat dapat mencapai target sesuai manajemen yang sudah ditetapkan.

Manajemen pemasaran memiliki peran yang sangat penting dan dengan memahami secara mendalam tentang elemen-elemen pemasaran, maka dapat disusun dan ditetapkan strategi pemasaran yang tepat. Adapun elemen-elemen penting yang terdapat pada pemasaran adalah harga, produk, promosi, dan saluran distribusi, dimana elemen tersebut sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk perusahaan. Demikian pula dengan industri-industri teh yang ada.

PT. Teh Gopek Cipta Utama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi teh wangi. Produk ini mempunyai pangsa pasar yang

cukup baik karena produk ini termasuk barang yang biasa dikonsumsi sehari-hari. Perusahaan-perusahaan pesaing yang dianggap merupakan pesaing sejenis yang dianggap merupakan pesaing potensial diantaranya adalah perusahaan Teh 2 Tang dan Perusahaan Teh Sosro. Kedua perusahaan ini mempunyai lokasi yang tidak terlalu jauh dari lokasi perusahaan Teh Gopek dan sudah dulu dikenal oleh masyarakat. Dilihat dari beberapa artikel di www.wordpress.com dan www.google.com Teh Gopek masih kalah bersaing dengan kedua perusahaan tersebut. Sekarang ini konsumen semakin pandai dalam memilih produk, karena itu perusahaan berusaha meningkatkan kualitas produknya. Setiap perusahaan berusaha menampilkan kualitas produk dari perusahaan pesaing dengan cara menaikkan kualitas produk yang dihasilkan.

Tuntutan untuk dapat memahami perilaku konsumen dalam upaya meningkatkan volume penjualan merupakan konsekuensi logis implementasi dari konsep pemasaran. Berbagai kelebihan dan rasa produk yang baik akan memberikan kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas tersebut maka peneliti mengambil judul mengenai: **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Teh Gopek Pojok FISIP (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan konsumen membeli teh gopek pojok FISIP pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur??
2. Apakah kualitas produk dan harga secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen membeli teh gopek pojok FISIP pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur??

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli teh gopek pojok FISIP pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap keputusan konsumen membeli teh gopek pojok FISIP pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini adalah:

Hasil penelitian dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pembendaharan perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jawa timur Surabaya dan hasil ini diharapkan dapat dijadikan referensi ilmiah bagi peneliti lain dalam menyusun karya tulis.

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan terhadap kepuasan konsumen.